



**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN
PADA BMT NASUHA DI MASA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

LINDA NUR FITRIYANI 1710116029

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA

2021



**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN
PADA BMT NASUHA DI MASA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

LINDA NUR FITRIYANI 1710116029

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA

2021

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Linda Nur Fitriyani

NIM : 1710116029

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 2 Juli 2021

Yang menyatakan,



(Linda Nur Fitriyani)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Linda Nur Fitriyani
NIM : 1710116029
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Ekonomi Syariah
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

Analisis Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pada BMT Nasuha Di Masa Pandemi Covid-19

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 2 Juli 2021

Yang menyatakan,



(Linda Nur Fitriyani)

SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN PADA BMT NASUHA DI MASA PANDEMI COVID-19

Dipersiapkan dan disusun oleh:

LINDA NUR FITRIYANI 1710116029

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 12 Juli 2021
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Mira Rahmi, S.E, MBA
Ketua Penguji



Prima Dwi Privatno, BA, M.E.
Penguji I



Dr. Dianwicakasih Ariefftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS.
Dekan



Tati Handayani, SE., MM.
Penguji II (Pembimbing)



M. Anwar Fathoni, Lc., MA.
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 12 Juli 2021

Analysis Of The Marketing Strategy Of Savings Products At BMT Nasuha During The Covid-19 Pandemic

By Linda Nur Fitriyani

Abstract

In 2020, precisely in March, Indonesia was confirmed to have a COVID-19 case. The Indonesian Islamic microfinance institution, namely BMT Nasuha, has experienced the impact of the spread of the Covid-19 virus, namely experiencing the impact of a decrease in liquidity. This is due to the decrease in members or customers who save money in BMT Nasuha, therefore it is necessary to carry out the right marketing strategy for marketing at BMT Nasuha. The purpose of this study is to investigate the marketing strategies that can be applied by BMT Nasuha in marketing their savings products during the covid-19 pandemic. This research uses qualitative research with a case study approach which is carried out by using observation, interviews, literature studies, and documentation techniques. The results showed that the promotions carried out by BMT Nasuha were through social media such as Instagram, Facebook, and through the internet such as the Website. BMT Nasuha before the covid-19 pandemic did marketing through recitations or training held by BMT Nasuha. The results of the SWOT analysis of BMT Nasuha show the position of quadrant 1, so that BMT Nasuha can take advantage of its internal strengths, namely developing a stable software system to support BMT Nasuha's operations and improve its human resources in achieving increased business growth.

Keywords: BMT, marketing strategy, savings products

Analisis Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pada BMT Nasuha Di Masa Pandemi Covid-19

Oleh Linda Nur Fitriyani

Abstrak

Pada tahun 2020, tepatnya pada bulan Maret negara Indonesia terkonfirmasi terdapat kasus covid-19. Lembaga keuangan mikro syariah Indonesia, yaitu BMT Nasuha mengalami dampak atas penyebaran virus covid-19 ini, yaitu mengalami dampak penurunan likuiditas. Hal ini disebabkan oleh berkurangnya anggota atau nasabah yang menyimpan uang di BMT Nasuha, oleh karena itu perlu melakukan strategi pemasaran dengan tepat untuk pemasaran di BMT Nasuha ini. Tujuan dari penelitian ini untuk menginvestigasi strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh BMT Nasuha dalam melakukan pemasaran pada produk simpanannya di masa pandemi covid-19. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, studi pustaka, serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan BMT Nasuha melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan melalui internet seperti Website. BMT Nasuha sebelum pandemi covid-19 melakukan pemasaran melalui pengajian atau pelatihan yang diadakan oleh BMT Nasuha. Pada hasil analisis SWOT BMT Nasuha menunjukkan posisi kuadran 1, sehingga BMT Nasuha bisa memanfaatkan kekuatan internalnya, yaitu mengembangkan sistem software yang stabil untuk mendukung operasional BMT Nasuha dan meningkatkan sumber daya manusianya dalam mencapai pertumbuhan bisnis yang meningkat.

Kata kunci: BMT, produk simpanan, strategi pemasaran



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450, Telepon 021-7656971
Laman : www.upnvj.ac.id, e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA SIDANG SKRIPSI
SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2020/2021

Telah dilaksanakan Sidang Skripsi dihadapan Tim Penguji pada hari Senin, tanggal 12 bulan Juli tahun 2021:

Nama : Linda Nur Fitriyani

NIM : 1710116029

Program : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi: ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN PADA BMT NASUHA DI MASA PANDEMI COVID-19

Dengan hasil LULUS/~~TIDAK LULUS~~*

Penguji

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Mira Rahmi, S.E, MBA	Ketua Penguji	1.
2	Prima Dwi Priyatno, BA, M.E.	Penguji I	2.
3	Tati Handayani, SE., MM.	Penguji II **	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 17 Juli 2021
Mengesahkan
A.n. Dekan
Kaprodi. Ek. Syariah S1

(Muhammad Anwar Fathoni, Lc., MA)

PRAKATA

Puji serta syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga Skripsi ini berhasil diselesaikan dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pada Bmt Nasuha Di Masa Pandemi Covid-19”**. Peneliti menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta dan Bapak M. Anwar Fathoni, Lc, MA selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan untuk Ibu Tati Handayani, SE, MM. dan Ibu Lili Puspita Sari, S.E.I, M.E. Selaku Dosen Pembimbing I dan II yang telah banyak memberikan arahan dan saran-saran yang sangat bermanfaat.

Di samping itu, ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada orang tua tercinta yaitu Ibu (Ruswidarsih), Mbah (Rantiyah), dan Bude (Sudaryanti), serta Kakak (Rachmad Sangaji Purwoko), dan juga kepada seluruh keluarga yang tidak henti-hentinya memberikan semangat dan do'a kepada penulis. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Setia Ningsih, Mega Nopiantisaris, Ollavega Aurelia, dan Novida Maharani serta teman-teman yang telah membantu dan mendukung dalam penulisan karya ilmiah ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pengurus di BMT Nasuha yang telah mengizinkan penulis melakukan pengambilan data serta melancarkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih juga kepada grup ENHYPEN yang selalu menemani penulis dengan lagu-lagunya selama menyelesaikan skripsi ini. Penulis berharap dengan dibuatnya karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya.

Jakarta, 2 Juli 2021
Linda Nur Fitriyani

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	ix
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Fokus Penelitian	5
I.3 Rumusan Masalah	5
I.4 Tujuan Penelitian.....	5
I.5 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
II.1 Penelitian Terdahulu.....	7
II.2 Landasan Teori	11
II.2.1 Analisis SWOT	11
II.2.2 Strategi Pemasaran.....	17
II.2.3 Prinsip Etika dan Karakteristik Pemasaran Islami.....	21
II.2.4 Bauran Pemasaran (<i>Marketing mix</i>).....	23
II.2.5 Bauran Promosi.....	26
II.2.6 Produk.....	27
II.2.7 Simpanan.....	27

II.3	Deskripsi Objek yang Diteliti.....	28
BAB III METODE PENELITIAN		31
III.1	Metode Penelitian.....	31
III.2	Lokasi Penelitian	32
III.3	Objek, Subjek, dan Sumber Data	32
III.3.1	Objek Penelitian.....	32
III.3.2	Subjek Penelitian	32
III.3.3	Sumber Data.....	33
III.4	Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	34
III.5	Teknik Validitas Data.....	35
III.6	Teknis Analisis Data	37
III.7	Riset Desain beserta Penjelasan	39
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		42
IV.1	Kegiatan Wawancara.....	42
IV.2	Kegiatan SWOT	44
IV.3	Kegiatan Observasi.....	45
IV.3.1	Observasi Berdasarkan Marketing Mix 7P.....	45
IV.3.2	Observasi Segmentasi, Target, dan Posisi Pasar.....	50
IV.4	Dokumentasi.....	51
BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN		52
V.1	Penerapan Strategi Pemasaran.....	52
V.1.1	Segmentasi Pasar	52
V.1.2	<i>Targeting</i> atau sasaran pasar	53
V.1.3	Positioning atau Posisi Pasar	54
V.2	Prinsip Etika Pemasaran Islam	57
V.3	Karakteristik Pemasaran Islam	58
V.4	Bauran Pemasaran	60
V.5	Bauran Promosi	66
V.6	Dampak covid-19 yang dialami oleh BMT Nasuha	69
V.7	Analisis SWOT.....	70

V.7.1	Pengumpulan Data	73
V.7.2	Internal Factor Analysis Summary (IFAS)	76
V.7.3	Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)	77
V.7.4	Hasil Analisis SWOT.....	78
BAB VI SIMPULAN DAN SARAN		83
VI.1	Simpulan.....	83
VI.2	Keterbatasan	85
VI.3	Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA		89
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks SWOT	16
Tabel 2. Data Faktor Internal	73
Tabel 3. Data Faktor Eksternal	74
Tabel 4. IFAS BMT Nasuha	76
Tabel 5. EFAS BMT Nasuha	77
Tabel 6. Faktor <i>Strength</i> dan <i>Opportunity</i> BMT Nasuha.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Analisis SWOT	13
Gambar 2. Riset Desain Beserta Penjelasan	39
Gambar 3. Wawancara dengan Bapak Suci Riadi Prihantan	43
Gambar 4. Wawancara dengan H. Handri Ramadian	44
Gambar 5. Pengisian Kuesioner dengan salah satu Pengurus BMT Nasuha	44
Gambar 6. Keanggotaan di BMT Nasuha	45
Gambar 7. Jalan menuju BMT Nasuha	46
Gambar 8. Kantor BMT Nasuha	46
<i>Gambar 9.</i> Media Sosial Facebook BMT Nasuha	47
Gambar 10. Media Sosial Instagram BMT Nasuha	48
Gambar 11. WebSite BMT Nasuha	48
Gambar 12. Kantor BMT Nasuha	49
Gambar 13. Pelatihan BMC Khusus Pengurus BMT Nasuha	49
Gambar 14. Aplikasi <i>Mobile</i> BMT Nasuha	50
Gambar 15. Slogan BMT Nasuha	56
Gambar 16. Data Jumlah Anggota Produk Simpanan pada BMT Nasuha	70
Gambar 17. Matriks Kuadran SWOT BMT Nasuha.....	79

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman Wawancara untuk Ketua dan Manajer Operasional BMT Nasuha
- Lampiran 2 Pedoman Wawancara untuk Ketua Bidang Pembiayaan
- Lampiran 3 Transkrip Wawancara Pedoman Wawancara untuk Ketua dan Manajer Operasional BMT Nasuha
- Lampiran 4 Transkrip Wawancara Pedoman Wawancara untuk Ketua dan Manajer Operasional BMT Nasuha
- Lampiran 5 Transkrip Wawancara Pedoman Wawancara untuk Ketua Bidang Pembiayaan
- Lampiran 6 Pedoman Kueioner SWOT untuk Pak Handri Ramandhan dan Pengurus atau Staff BMT Nasuha
- Lampiran 7 Transkrip Data Kuesioner SWOT BMT Nasuha
- Lampiran 8 Dokumentasi Wawancara, Pengisian SWOT, dan Observasi
- Lampiran 9 Transkrip Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 10 Catatan Sidang Skripsi
- Lampiran 11 Lembar Perbaikan Revisi Sidang Skripsi
- Lampiran 12 Hasil Turnitin